

ЕТАПИ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ТА КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЙ

Грідін О.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7236-2954>

Вельми часто науковцями життєвий цикл операційної системи визначається саме як певна сукупність явищ, процесів та стадій, що описують різні етапи розвитку організації – від задуму та створення організації до припинення будь-якої її діяльності та виходу із ринку. Кожен етап, при цьому, характеризується специфічними викликами, можливостями та завданнями, які, безумовно, вимагають реалізації конкретних стратегій та прийняття управлінських рішень. На кожному з етапів життєвого циклу, з урахуванням специфічних особливостей, характеристик та процесів, формується стратегія розвитку операційної системи, зокрема її маркетингова, операційна та кадрова складові [1-7].

Життєвий цикл операційної системи зазвичай в науковій літературі поділяють на наступні укрупнені етапи:

Етап 1 «Заснування (утворення) операційної системи».

Даний етап характеризується виникненням ідеї, розробкою бізнес-плану, тобто започаткуванням діяльності організації. На цьому етапі вона займається пошуком інноваційної ідеї, а також проводить маркетингове дослідження для визначення цільової споживачької аудиторії та ринкових можливостей. Фокус робиться на впровадження, здебільшого, технологічних інновацій із метою створення унікального для певного ринку продукту або послуги. Проводяться комплексні дослідження, які мають на меті з'ясування питання, – продукт або послуга відповідає потребам споживачів або не відповідає. Для цього етапу є характерним також пошук та залучення інвесторів та створення згуртованої команди, яка б мала необхідні навички для імплементації підприємницької ідеї, а також була здатна швидко адаптуватися та виконувати різноманітні функціональні обов'язки. На цьому етапі важливо визначити, чим саме організація може вирізнитися з поміж інших та привертати увагу через новаторські рішення.

Етап 2 «Інтенсивний розвиток (зростання) операційної системи». Цей етап характеризується розширенням асортименту та стрімким нарощуванням обсягів продажів, залученням нових клієнтів, удосконаленням продукту чи послуги, максимізацією економічного

ефекту. Організація зосереджується на розвитку нових маркетингових стратегій та продуктових властивостей для привертання уваги потенційних споживачів, а також ринкової консолідації. Здійснюється впровадження оптимізованих та ефективних процесів виробництва і управління. Інновації спрямовуються, головним чином, на розширення асортименту продукції та послуг, а також на вихід на нові цільові ринки. Робиться акцент на удосконаленні ланцюга постачань за допомогою технологій та інноваційних підходів. На цьому етапі визначальну роль відіграють реклама, маркетинг, оптимізація бізнес-процесів, розширення продуктового портфелю (диверсифікація виробництва), пошук нових ринків збуту, покращення клієнтського обслуговування, впровадження систем управління, ERP, CRM для кращого контролю та координації, зміцнення технічної та технологічної бази тощо. Відзначимо, що зростання обсягів виробництва може вимагати оптимізації процесів та поліпшення управління ресурсами. Операційна стратегія має спрямовуватися на сприяння клієнтській лояльності, забезпечення якості продукції чи послуг та якнайкраще задоволення потреб клієнтів. Збільшення обсягів виробництва може вимагати розширення команди та залучення нових фахівців. Професійний розвиток стає ключовим у вирішенні питань підвищення професійного рівня та адаптації персоналу до змін. На цьому етапі відбувається поглиблення фахових компетенцій та оптимізація організаційної структури, розвиток лідерських якостей та створення менторської культури в організації.

Етап 3 «Стабілізація (максимізація ділової активності) операційної системи», тобто відбувається оптимізація різноманітних операцій, мінімізація витрат, консолідація ринкової позиції та підтримання стабільності. Цей етап характеризується збереженням якості та оптимізацією ланцюга постачань. Фокус уваги концентрується на поступових змінах та удосконаленнях задля оптимізації існуючих продуктів або процесів. Увага зосереджується на стабільних та прибуткових продуктах, а впровадження нових технологій, дизайну чи функцій здійснюється, перш за все, з метою удосконалення продукту, підтримання його конкурентоспроможності та пошуку нових ринків збуту. На цьому етапі стратегія спрямована на максимізацію ефективності, зменшення рівня витрат та оптимізацію процесів. Необхідним є забезпечення постійної якості продукції чи послуг, що дозволяє зберігати довіру клієнтів та підтримувати конкурентоспроможність. Дуже часто, максимізація прибутку та збереження конкурентоспроможності, потребують адаптації стратегії

ціноутворення. Активно використовуються цифрові технології для залучення нових клієнтів та розширення клієнтської бази. Управління операційною діяльністю спрямоване на оптимізацію та автоматизацію рутинних завдань. Відбувається зміцнення корпоративної ідентичності та цінностей організації. Щодо кадрової стратегії, то вона спрямована на оптимізацію колективу та його професійний розвиток.

Етап 4 «Ліквідація або реорганізація операційної системи».

Якщо організація йде по шляху реорганізації, тобто спроби виходу на новий виток розвитку, у такому разі характерним є швидке реагування на зміни в ринковому середовищі, впровадження інновацій та адаптація. Відбувається дослідження та впровадження нових технологій, ґрунтовно переглядається стратегія розвитку, здійснюється реорганізація бізнес-процесів та перезавантаження операційної системи для нового життєвого циклу. Натомість, організація, що обирає шлях припинення діяльності, реалізує таке рішення або шляхом повної ліквідації, або внаслідок продажу бізнесу, що потребує розробки стратегії для планомірного відходу з ринку або планування відчуження бізнесу. Якщо, при цьому, необхідно здійснювати масове вивільнення персоналу, то вкрай важливо надати усебічну підтримку таким працівникам та забезпечити допомогу у працевлаштуванні.

Висновки. На кожному з наведених етапів організація стикається з численними викликами, ризиками та перешкодами. Важливо враховувати ці аспекти для ефективного управління та впровадження стратегій, щоб забезпечити успішний розвиток та конкурентоспроможність. Стратегії та підходи до управління операційною системою, зазвичай, зазнають докорінних змін на кожному етапі її життєвого циклу, що вимагає здійснення комплексного та системного аналізу змін у ринковому середовищі, а також адаптації маркетингової стратегії відповідно до нових умов. Ключовим, при цьому, є адаптивний підхід до кадрової стратегії, тобто організації необхідно бути готовою вносити зміни в управління персоналом, щоб якнайкраще відповідати новим умовам та завданням, що виникають на конкретному етапі її розвитку.

Література:

1. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2017. Вип. 188. С. 228-236. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2017_188_28

2. Грідін О.В. Особливості та чинники формування ефективної кадрової політики підприємств аграрної сфери економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2021. Вип. 41. С. 22-26. DOI: [10.32999/ksu2307-8030/2021-41-4](https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-41-4) URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/699/687>

3. Грідін О.В. Сучасні інструменти управління операційною системою: особливості та переваги їх застосування. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємствам*. Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Фесенка Дмитра Мусійовича (м. Полтава, 30-31 березня 2023 року): тези доповіді. Полтава: ПДАУ. Ч. 2. С. 322-324.

4. Грідін О.В. Формування вітчизняної системи управління персоналом у сучасній парадигмі розвитку національної економіки. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. 2022. Вип. 63. С. 117-123. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure63-22> URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/63_2022/24.pdf

5. Михайловська О.В. Операційний менеджмент: начальний посібник. К. : Кондор, 2008. 550 с.

6. Омеляненко Т.В., Осокіна А.В. Операційний менеджмент: навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2016. 197 с.

7. Операційний менеджмент: [методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни] / укладач: О. В. Грідін ; ДБТУ. Харків : [б. в.], 2022. 118 с.

ЗА РАМКАМИ СТЕРЕОТИПІВ: ГЕНДЕР ТА РЕКЛАМА У ПОШУКАХ ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОСТІ

Груньська В.С., здобувачка другого (магістерського) рівня ВО, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Скригун Н.П., кандидат економічних наук, доцент, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1014-4393>

Поняття «гендер» вперше сформульовано у Канадській Хартії прав та свобод. У цьому документі гендер визначається як конкретний набір характеристик у культурному контексті, які визначають соціальну поведінку жінок і чоловіків, а також їхні взаємини. Таким чином, гендер не обмежується лише розгляданням жінок і чоловіків окремо, а й також охоплює відносини між ними та способи конструювання соціальних ролей [2]. Концепція гендеру враховує різницю в поведінці та соціальних ролях як для чоловіків, так і для жінок, подібно до концепцій